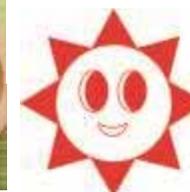




2013年3月期 第2四半期決算説明会

ケンコーマヨネーズ株式会社

2012年 11月 21日



本日の内容



I. 2013年3月期 第2四半期決算の概況

説明者： 取締役 財務経理本部長 村田 隆

II. 「中期経営計画IV(フォーエス)2012-2014」市場演出型成長戦略の展開 (トピックス) 及び

III. 2013年3月期 業績予想

説明者： 代表取締役 社長 炭井 孝志

IV. 質疑応答

V. 添付

参考資料【1】【2】【3】【4】及びお問い合わせ先



I . 2013年3月期 第2四半期決算の概況



2. 2013年3月期 第2四半期「業界動向」

I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況



業務用食品業界

◆ 外食産業

東日本大震災のあった前年との比較では、外食全体としては増収傾向だがファストフードや居酒屋などは客単価を落としており、弁当販売などを強化するCVSなどの中食に客足を奪われて苦戦する大手も多い。他業種との競争が激化している。

◆ スーパーマーケット

昨年の震災特需の反動が出て、中間期は減収/減益決算のところが増えた。特に中堅、地方スーパーの不振が目立つ。またディスカウントストアやCVSの攻勢を受けて客数減や単価下落に苦しんでいる。

◆ コンビニエンスストア(CVS)

中間期は大手三社が過去最高益を更新。既存店売上げの伸び悩みを積極出店でカバーし、PB商品を中心にスーパー的な品揃えを強化している。

3. 2013年3月期 第2四半期決算の概況



I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況

1. 外食、量販店、CVS、パンなど分野別チームのキメ細やかで積極的なメニュー提案が、
売上高増 前年同期比+6.0%、
期初計画比+2.6%に大きく寄与した
2. 売上高増が工場稼働率を上げ、また食用油や卵など原材料相場の落ち着きもあって、
経常利益は 前年同期比+63.7%、
期初計画比+29.8%の大幅増となった

4. 損益計算書の概要(連結)

I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況



単位:百万円・%

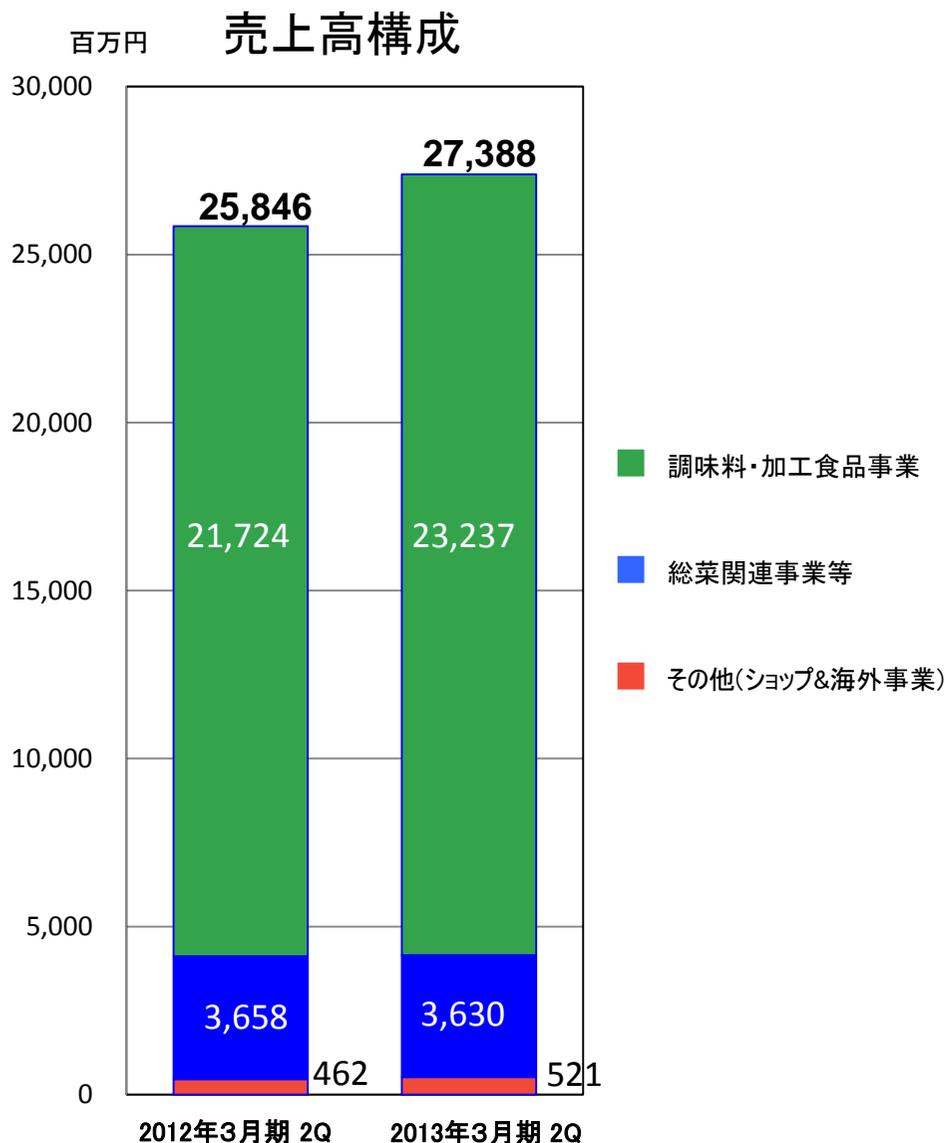
	2012年3月期 第2四半期実績			2013年3月期 第2四半期実績				2013年3月期 第2四半期計画 (2012/05/10期初)	
	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比	計画比	金額	構成比
売上高	25,846	100.0	1.6	27,388	100.0	6.0	2.6	26,700	100.0
売上総利益	6,651	25.7	-8.3	7,627	27.8	14.7	-	-	-
販売管理費	5,699	22.0	-0.4	6,032	22.0	5.8	-	-	-
営業利益	952	3.7	-37.7	1,594	5.8	67.5	27.6	1,250	4.7
経常利益	935	3.6	-37.3	1,531	5.6	63.7	29.8	1,180	4.4
税金等調整前 純利益	902	3.5	-37.3	1,365	5.0	51.4	-	-	-
当期純利益	498	1.9	-39.4	772	2.8	55.1	48.6	520	1.9
1株当たり 当期純利益	35円07銭			54円39銭				36円59銭	

- 工場の稼働率がアップし、前期比原材料相場が落ち着きを見せていることもあり、収益改善への取り組みとして、生産工程の改善や経費の圧縮等による製造コスト低減を実施。
- 結果、連結営業利益、連結経常利益、連結四半期純利益いずれも前年同四半期対比で大幅増

5. セグメントの概要(連結)



I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況



調味料・加工食品事業

(調理加工食品、マヨネーズ・ドレッシング類、タマゴ加工品)

- 販売重量は前年を上回ることができたが(前期比7.8%増)、販売単価は前年を下回った(同1.0%減)。
- 売上は前年を上回った。(同6.7%増)

商材別前期比	売上高	販売重量
調理加工食品	+8.4%	+9.1%
マヨネーズ・ドレッシング類	+6.2%	+5.6%
タマゴ加工品	+6.0%	+10.8%

総菜関連事業

(フレッシュ総菜[日配サラダ、惣菜]、グループ内生産受託)

外部顧客に対する売上に関する概況

- 売上高は量販店向けサラダ等の新規採用等により増加したが、一部の取引においては取引額が減少。
- 利益面は鶏卵相場が前年を下回る水準で推移したことや歩留改善、経費削減等のコストダウンの取組みにより増益。

その他

(ショップ[サラダカフェ・ショップ]及び海外事業)

外部顧客に対する売上に関する概況

- サラダカフェは東急フードショー(渋谷及び二子玉川)にイベント出店を行い、首都圏での新規出店への布石を打っている。
- 海外事業は中国・杭州工場が竣工し、2012年3月から生産を開始し、インドネシアでは2012年7月、合併会社を設立した。

6. セグメント 決算の概要



I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況

単位: 百万円・%

	調味料・加工食品事業					総菜関連事業等				
	2012年3月期 2Q		2013年3月期 2Q			2012年3月期 2Q		2013年3月期 2Q		
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	金額	構成比	金額	構成比	前期比
外部売上高 ^{*1}	21,724	98.9	23,237	99.0	7.0	3,658	46.1	3,630	46.6	-0.8
内部売上高 ^{*2}	252	1.1	223	1.0	-11.5	4,277	53.9	4,158	53.4	-2.8
売上高	21,976	100.0	23,460	100.0	6.7	7,936	100.0	7,789	100.0	-1.9
セグメント利益	825	3.8	1,472	6.3	78.3	125	1.6	173	2.2	39.0

	その他(ショップ事業、海外事業)					調整額		損益計算書の合計額	
	2012年3月期 2Q		2013年3月期 2Q			2012年	2013年	2012年	2013年
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	3月期2Q	3月期2Q	3月期2Q	3月期2Q
外部売上高 ^{*1}	462	100.0	521	100.0	12.6	-	-	25,846	27,388
内部売上高 ^{*2}	-	-	-	-	-	-4,529	-4,381	-	-
売上高	462	100.0	521	100.0	12.6	-4,529	-4,381	25,846	27,388
セグメント利益	-4	-	-99	-	-	-10	-15	935	1,531

*1: 外部顧客に対する売上高

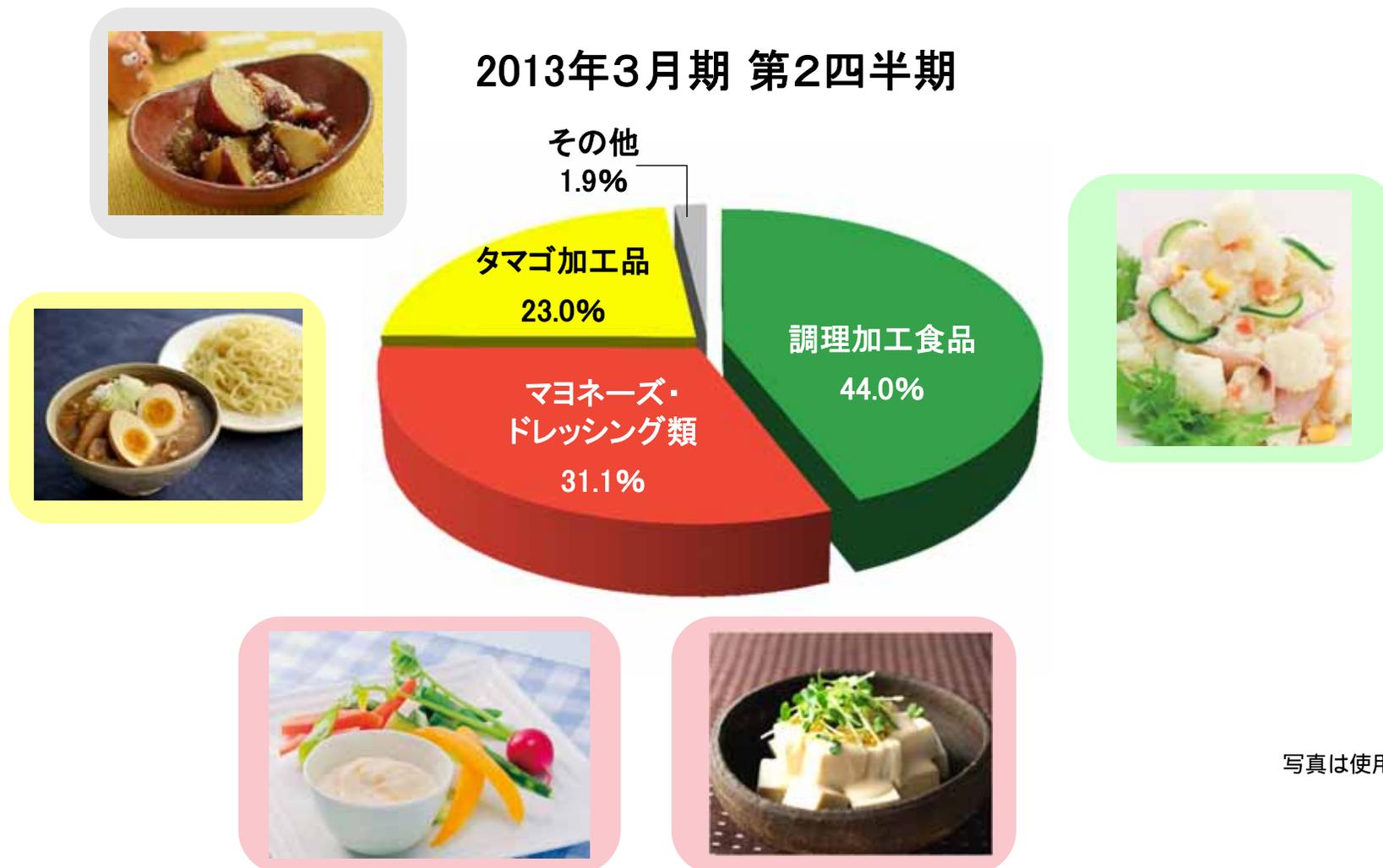
*2: セグメント間の内部売上高又は振替高

7. 商材別売上高構成比(連結) (1)

I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況



■ 販売額ベース



7. 商材別売上高構成比(連結) (2)

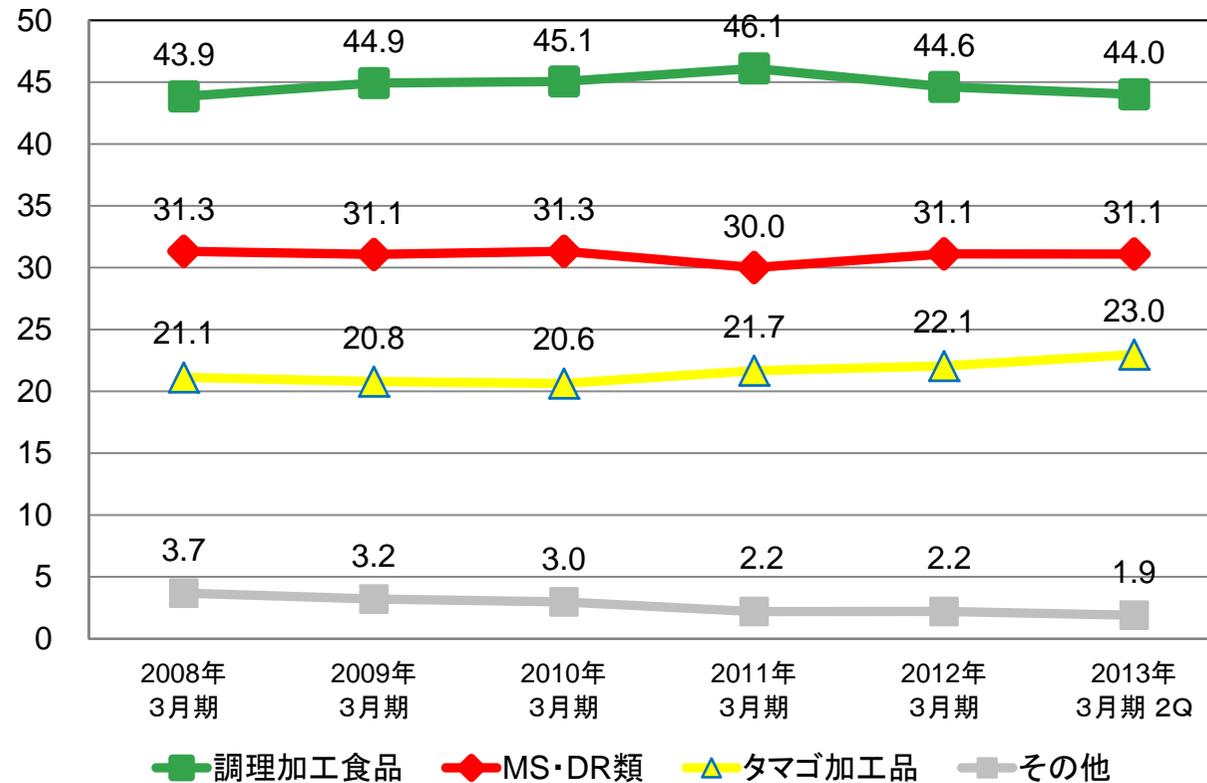
I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況



【参考】期末

■販売額ベース

単位：%



写真は使用例

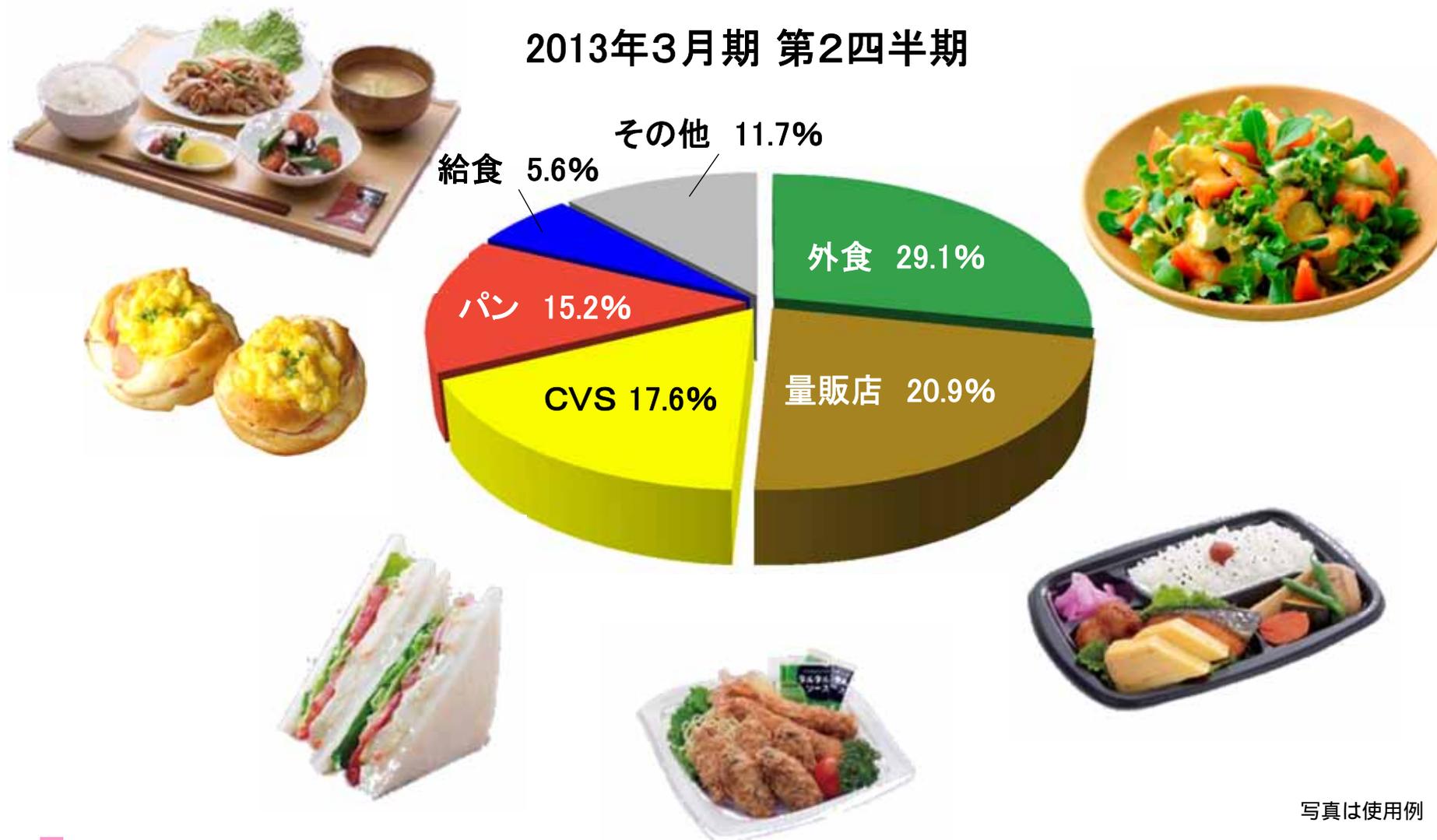
8. 分野別売上高構成比(連結) (1)



I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況

■ 販売額ベース

2013年3月期 第2四半期



写真は使用例

8. 分野別売上高構成比(連結) (2)

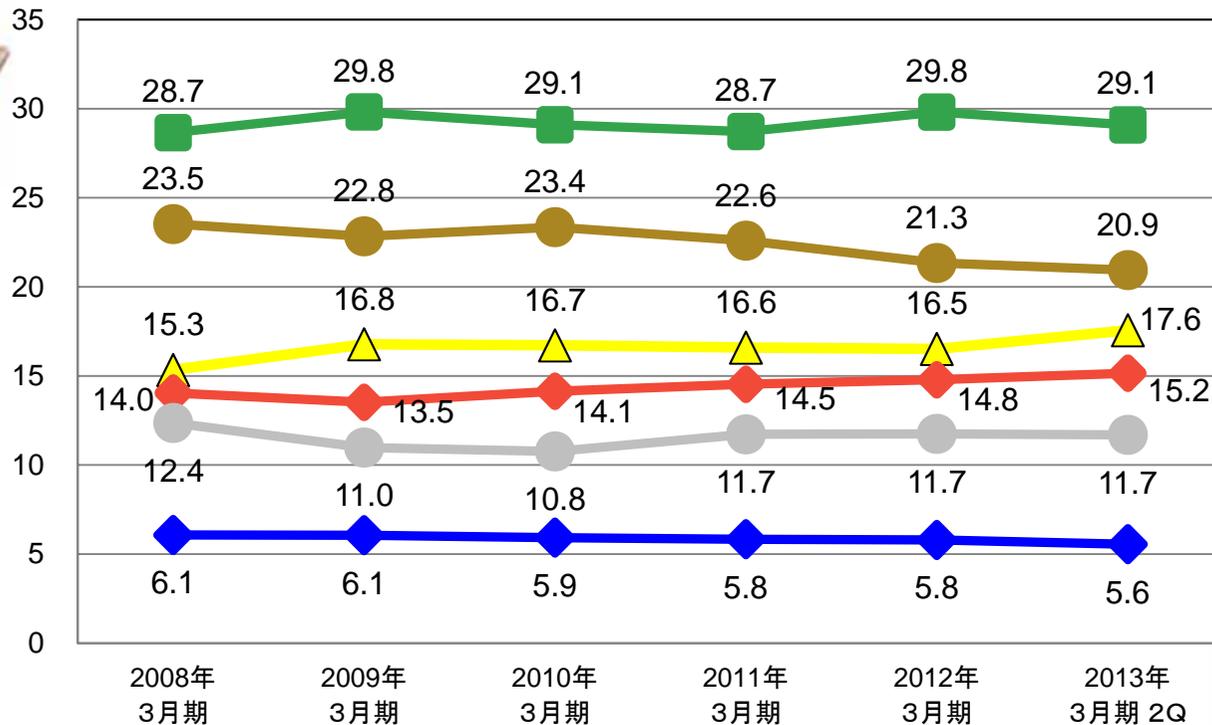


I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況

【参考】期末

■ 販売額ベース

単位：%



■ 外食 ■ 量販店 ▲ CVS ◆ パン ◆ 給食 ● その他

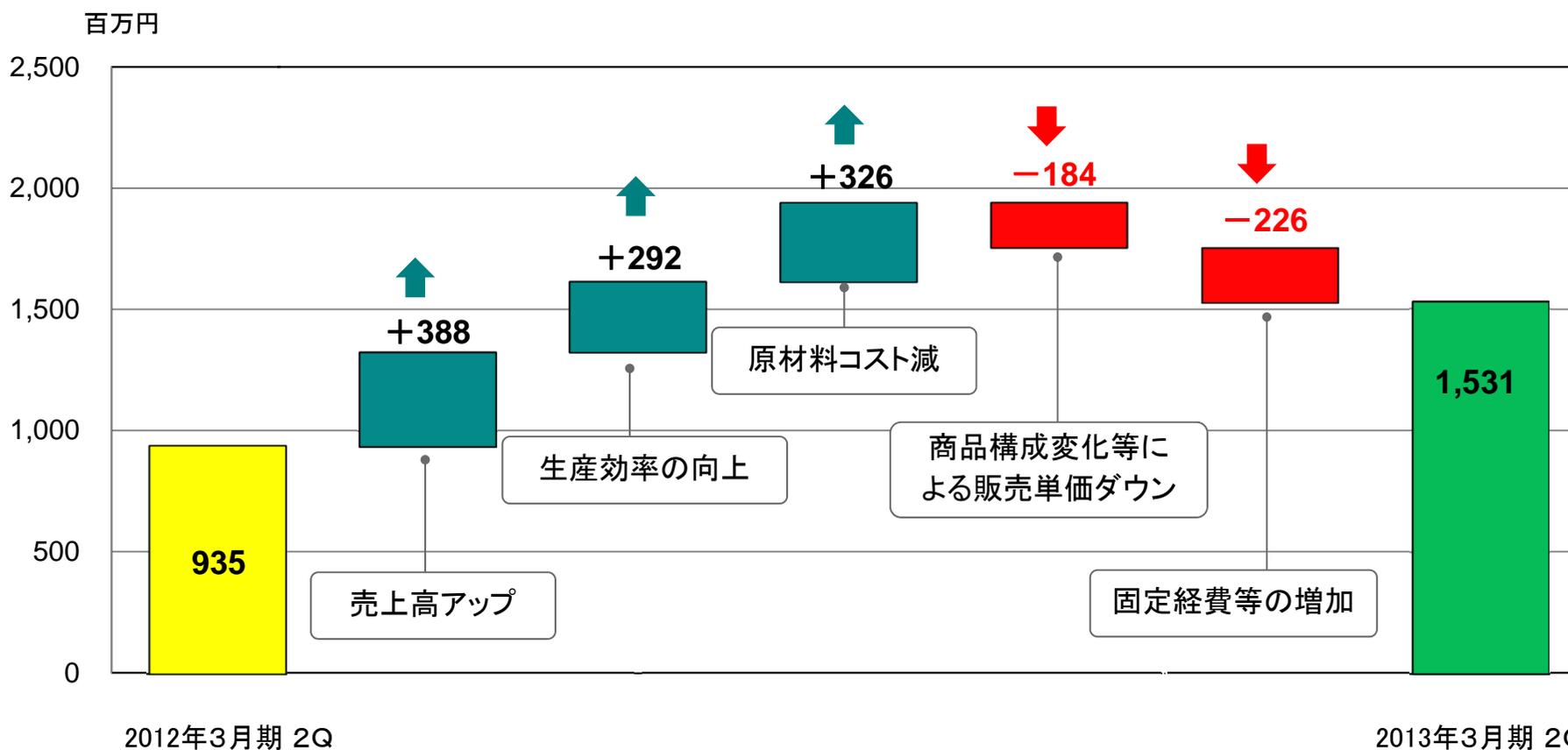
写真は使用例

9. 経常利益増減要因(連結)

I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況



- 売上高増加に向けての取り組みが、工場の稼働率アップに寄与し、利益増の大きな要因。
- また前年同期比で原材料相場が落ち着き、生産工程の改善や経費の圧縮等による製造コスト低減も寄与し、販管費はIT投資等で増加したが、経常利益は前期比596百万円増となった。



10.貸借対照表の概要(連結)



I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況

単位:百万円・%

財政状態

		2012年3月期	2013年3月期 第2四半期	増減	前年度末比
資 産	流 動 資 産	16,107	18,464	2,356	14.6
	固 定 資 産	14,297	14,092	-204	-1.4
資 産 合 計		30,404	32,557	2,152	7.1
負 債	うち有利子負債残高*	4,254	4,808	554	13.0
		16,912	18,573	1,660	9.8
	うち少数株主持分	0	0	0	—
純 資 産		13,492	13,983	491	3.6
負 債 ・ 純 資 産 合 計		30,404	32,557	2,152	7.1
1 株 当 たり 純 資 産		949円44銭	984円03銭	34円59銭	3.6
自 己 資 本 比 率		44.4	43.0	-1.4	—

* 長期未払金を含む

- 有利子負債は554百万円の増加
- 純資産は前期比3.6%増加
- 自己資本比率は前期比1.4ポイント下落し、43.0%となった

11. キャッシュフローの概要(連結)



I. 2013年3月期 第2四半期 決算の概況

単位:百万円

キャッシュフローの状況	2012年3月期 第2四半期	2013年3月期 第2四半期	増減
営業活動によるCF	1,256	1,524	268
投資活動によるCF	-979	-514	464
財務活動によるCF	-927	338	1,265
現金及び現金同等物期末残高	4,907	5,365	458

- 営業CF:主に税金等調整前四半期純利益1,365百万円等による
- 投資CF:主に有形固定資産の取得による支出193百万円等による
- 財務CF:主に長期借入による収入1,008百万円、長期借入金の返済による支出364百万円等による

Ⅱ. 「中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014」 市場演出型成長戦略の展開



◇ 市場演出型企業としての存在感をアップさせる

1. **Salad Cafe** ブランドの推進・浸透
2. サラダ料理・世界のソース
情報発信 市場演出
3. 事業領域の拡大
4. グローバル企業への展開
5. 人材の育成



■ 中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014 初年度の取り組み

1. Salad Cafe ブランドの推進・浸透

- 10月に2店舗 新規オープン
(阪急百貨店うめだ本店 B2、小田急百貨店町田店)
- 10月に2店舗 リニューアルオープン
(阪急百貨店うめだ本店 B1、高島屋大阪店)
- サラダロール、サラダブレッドがメディアに登場
(テレビ出演 7回、ラジオ出演 2回)
- サラダレシピ集 第7刷 49,000部を突破

サラダカフェ事業

Ⅱ.中期経営計画Ⅳ(フォース) 2012-2014



「市場演出型企业」の実践として、“サラダ料理で新しい世界を食卓に”をコンセプトに、お客様に毎日の生活が楽しくなるようなサラダで笑顔とサービスをお届けしていきます。

SHOP展開

1

- 消費者情報の収集と発信（グループでの情報共有 = 三位一体経営）
- 接客、サービスでNo. 1を目指す
- サラダ（冷総菜）専門店と洋総菜専門店（温総菜・米飯等含む）のビジネスモデル構築

商品展開

2

- 食を通じて「健康に、元気になる」商品を提供
- 野菜をキーにした、サラダ・総菜でのサラダ料理の展開
- 野菜（国産原料等）へのこだわり、機能性（食物繊維増、カロリーオフ）メニューの展開
- 料理研究家・浜内千波氏とのショップ・メニューの共同開発

WEBサイト展開

3

- 消費者情報の収集と発信（グループでの情報共有 = 三位一体経営）
- サラダに特化したメニューレシピの提供（約1000メニュー）
- お客様からのレシピ投稿による商品化企画（コミュニケーション作り）
- 生活者データのアンケート実施（マーケティング調査）

サラダカフェ Shop展開

Ⅱ.中期経営計画Ⅳ(フォース) 2012-2014



■ 三位一体提案の実践として百貨店やショッピングモールなどに出店しています(16店舗)

- ・Salad Cafe 近鉄百貨店阿倍野店
- ・Salad Cafe 高島屋大阪店
- ・Salad Cafe 高島屋京都店
- ・Salad Cafe SALA PARA 阪急百貨店うめだ本店
- ・Salad Cafe SALA PARA 千里阪急店
- ・Salad Cafe 阪神百貨店梅田本店
- ・Salad Cafe イオンモール京都五条店
- ・Salad Cafe 東武百貨店池袋店
- ・Salad Cafe 小田急百貨店新宿店
- ・Salad Cafe 小田急百貨店町田店(2012年10月出店)



Salad Cafe 小田急百貨店新宿店

NEW



WORLD SALAD Chef's DELI
阪急百貨店うめだ本店

- ・WORLD SALAD Chef's DELI(2012年10月出店)

NEW

- ・皿多屋 Ario八尾店
- ・皿多屋 Ario鳳店
- ・皿多屋 イトーヨーカドーあべの店
- ・皿多屋 イトーヨーカドー武蔵境店
- ・皿多屋 イトーヨーカドー武蔵小金井店

子供から大人まで幅広い層に人気
「ミックスフルーツサラダ」



離水しないマヨネーズを用いた
「柚子胡椒コールスロー」





■ 中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014 初年度の取り組み

2. 商品開発

○新製法の研究開発

・新加熱殺菌技術活用：新生産ラインへの技術展開

上半期実績 新型加熱ドレッシング 24アイテム 1,168トン

・タマゴ関連商材 : 焼き物工程ブラッシュアップなど

○サラダ料理・世界のソースの追求

上半期実績 世界のサラダ 2アイテム 27トン

(10月発売：チャプチェ、極うまジャーマンポテト、トマトリビーンズ)

世界のソース 8アイテム 120トン

(10月発売：バルサミコビネガーソース、クリーミーシャンピニオンソース、
クリーミービスコース)

○新市場対応商品の開発

やわらか食、冷凍・常温総菜、粉末調味料等の差別化

○機能性追求型商品の展開

ローオイル、耐冷凍、健康・栄養分野等への商品展開



■ 中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014 初年度の取り組み

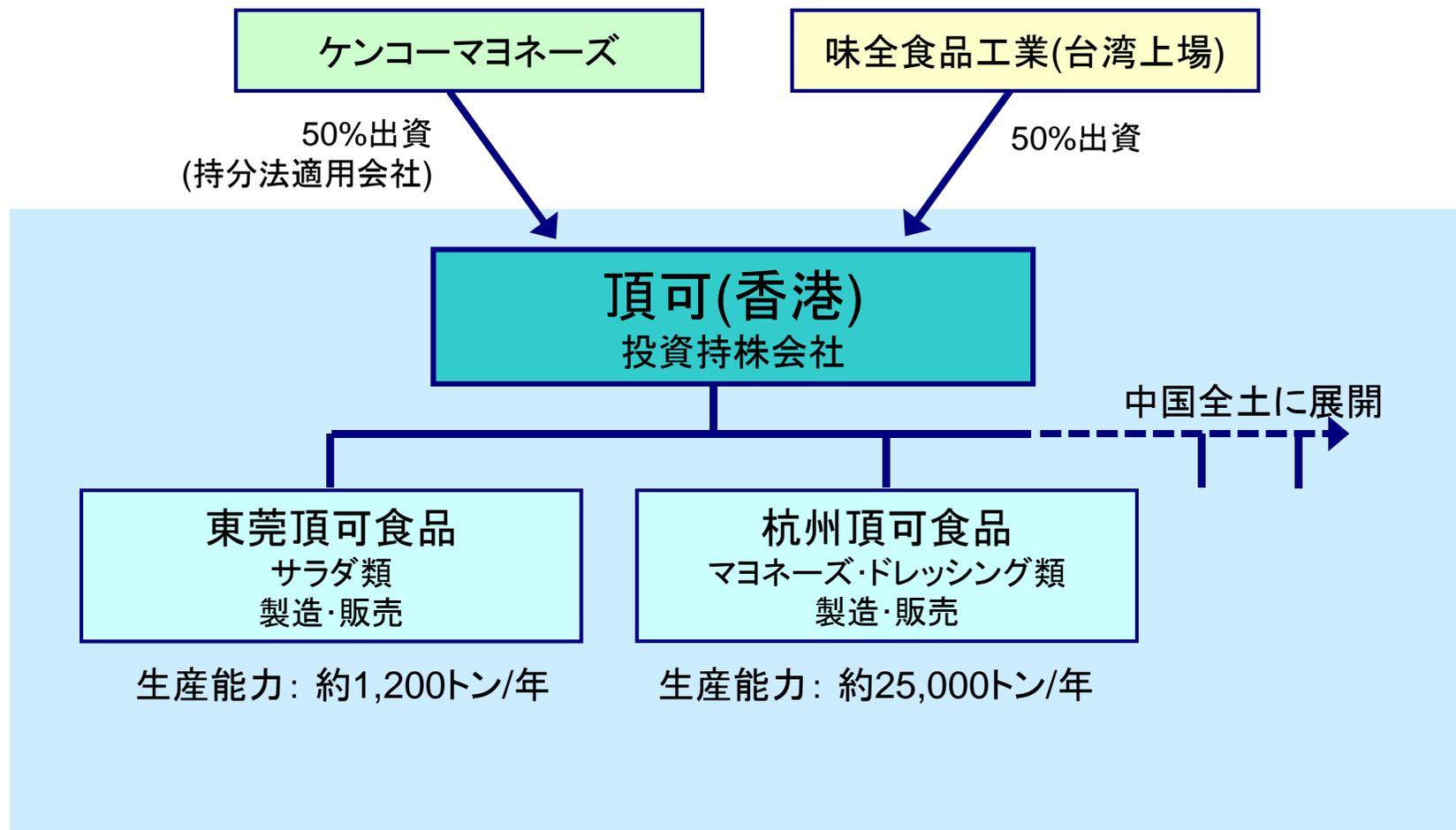
3. 生産：最適生産性の追求

項目	ポイント	施策	2012	2013	2014
新工場	タマゴは産地育成から製品まで一貫システムへ拡大	タマゴ総合工場の建設・稼働 2014年3月稼働 投資額：45億円	計画立案 △ 建設開始	△ △ 試運転 本稼働	
西日本工場	小型形態FDFへの対応	生産新ライン導入 2013年5月稼働 投資額：4億円	計画立案 △ 設備工事開始	稼働	
	ローオイル型商品の生産 (機能性追求型商品)	生産ライン強化 2014年4月稼働 投資額：10億円	計画立案	△ 設備工事開始	稼働
	新加熱殺菌技術の活用 ドレッシング(新製法の活用)	生産ライン新設 2015年4月稼働 投資額：4億円			計画立案 △ 設備工事開始

※赤字：実施決定事項

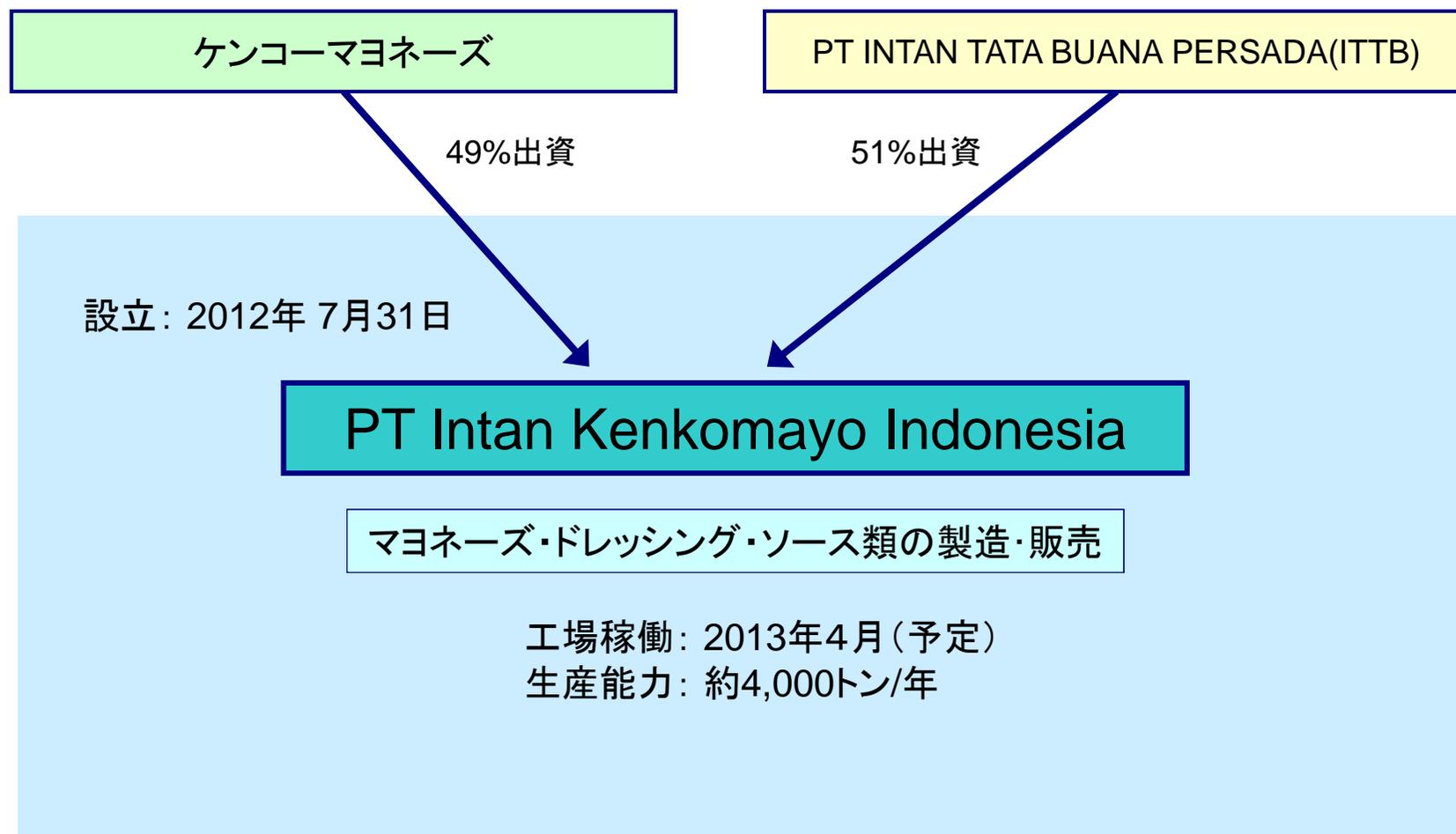
4-1. 中国事業の展開

Ⅱ. 中期経営計画Ⅳ(フォース) 2012-2014



4-2. インドネシア事業の展開

Ⅱ.中期経営計画Ⅳ(フォース) 2012-2014



■ 中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014 初年度の取り組み

5. 「総合フェア」お客様とのコミュニケーションの場



テーマ: Kenko Marché サラダのチカラ
東京会場: 11月7日・8日
来場者数: 2,100名
提案メニュー: 221レシピ



「中期経営計画 (フォー)2012-2014」

Ⅱ.中期経営計画Ⅳ(フォー) 2012-2014



最終年度(2014年度)の目標【連結】

		2014年度 グループ事業合算額	2014年度 財務報告基準による 目標金額	2011年度比
売上高	国内	632億円		
	海外	22億円		
		654億円	600億円	+16%
経常利益	国内	26億円		
	海外	2億円		
		28億円	27億円	+30%



Ⅲ. 2013年3月期 業績予想



1. 業界を取り巻く環境

Ⅲ.2013年3月期 業績予想



■ 業務用食品市場の動向

- 2011年後半からの復興需要のピークアウトが見込まれる上に、企業業績の減速感も出てきている。更に内外の政治経済情勢が一気に流動化しており消費マインドの不透明感は増している。
- 人口減少と高齢化が着実に進む中で外食、中食などの業種間、或いは同じ業種の中でも業態間や個別企業の間での客の奪い合いは激しくなって客単価の低下には拍車が掛かると見ている。高齢者向けビジネスも大きな事業機会として参入者が増えている。

2. 2013年3月期業績予想(連結)

Ⅲ.2013年3月期 業績予想



- 世界的な景気減速懸念に加えて、穀物相場の高騰による原料価格の上昇が進む懸念など、収益環境は不透明感が強まっているが、「中期経営計画Ⅳ(フォース)」の個別戦略を確実に進め、売上高534億円、経常利益25億円を確保する。

単位:百万円・%

	2012年3月期 実績			2013年3月期 予想(2012/10/29修正)		
	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比
売上高	51,878	100.0	2.5	53,400	100.0	2.9
売上総利益	13,624	26.3	-3.3	-	-	-
販売管理費	11,480	22.1	1.4	-	-	-
営業利益	2,144	4.1	-22.7	2,650	5.0	23.6
経常利益	2,073	4.0	-22.7	2,500	4.7	20.6
税金等調整前 当期純利益	1,990	3.8	-18.5	-	-	-
当期純利益	1,029	2.0	-22.0	1,280		24.4
1株当たり 当期純利益	72円46銭		-31円01銭	90円07銭		17円61銭

【ご参考資料1】:会社概要

1. 会社概要

【ご参考資料1】: 会社概要



社名	ケンコーマヨネーズ株式会社 KENKO Mayonnaise Co., Ltd.
設立年月	1958(昭和33)年3月
資本金	2,180,781,500円
本店所在地	兵庫県神戸市灘区都通3丁目3番16号 (東京本社) 東京都杉並区高井戸東3丁目8番13号
代表者	代表取締役社長 炭井 孝志
事業内容	調理加工食品、マヨネーズ・ドレッシング類、 タマゴ加工品等の食品製造販売
売上高	51,878百万円 (連結 2012年3月期)
経常利益	2,073百万円 (連結 2012年3月期)
売上構成比	調理加工食品45%、マヨネーズ・ドレッシング類31%、 タマゴ加工品22%、その他2% (連結 2012年3月期)
従業員数	2,807名(連結 2012年3月31日現在)



2. グループ沿革

【ご参考資料1】: 会社概要



- | | | |
|-----|----------------|---|
| | 1958(昭和33)年3月 | 会社創立 食用油脂の販売 |
| 転換点 | 1961(昭和36)年9月 | 業務用サラダ向「ケンコーマヨネーズAS」の製造販売を開始 |
| | 1966(昭和41)年6月 | ケンコー・マヨネーズ株式会社に商号変更
マヨネーズ・ドレッシング類を事業の基盤として事業展開 |
| 転換点 | 1977(昭和52)年10月 | 業界初のロングライフサラダ「ファッションデリカフーズ®」発売 |
| | 1986(昭和61)年12月 | 外食・中食市場が広がる中、ロングライフサラダを市場投入・市場創造
ごぼうサラダ(業務用)発売、ファイバーブームの先駆け
サラダを柱とした調理加工食品、及びタマゴ加工品へ事業を拡大 |
| | 1994(平成6)年11月 | 日本証券業協会(現 JASDAQ)へ株式を店頭登録 |
| | 2005(平成17)年5月 | 健可食品(香港) 設立 |
| | 同年8月 | 健可食品(東莞) 設立 |
| | 同年8月 | サラダカフェ(株) 設立 |
| | 2010(平成22)年4月 | 頂新グループ(台湾)と提携、頂可(香港)を設立し中国事業を強化 |
| | 2011(平成23)年3月 | 東京証券取引所市場第二部上場 |
| | 2012(平成24)年3月 | 東京証券取引所市場第一部指定 |
| | 2012(平成24)年7月 | PT Intan Kenkomayo Indonesia(インドネシア ジャカルタ)を設立 |



ケンコーマヨネーズAS(61年)

ファッションデリカフーズ®(77年)



3. 事業の概要 幅広い商品ラインナップ

【ご参考資料1】: 会社概要



商品数1,700以上。年間開発アイテム数は300を超える。

調理加工食品：ロングライフサラダ、フレッシュサラダ、和惣菜

マヨネーズ・ドレッシング類：マヨネーズ、ドレッシング、クッキングソース

タマゴ加工品：錦糸卵、タマゴサラダ、卵焼き

調理加工食品



ロングライフサラダ



フレッシュサラダ

マヨネーズ・ドレッシング類



タマゴ加工品



タマゴサラダ



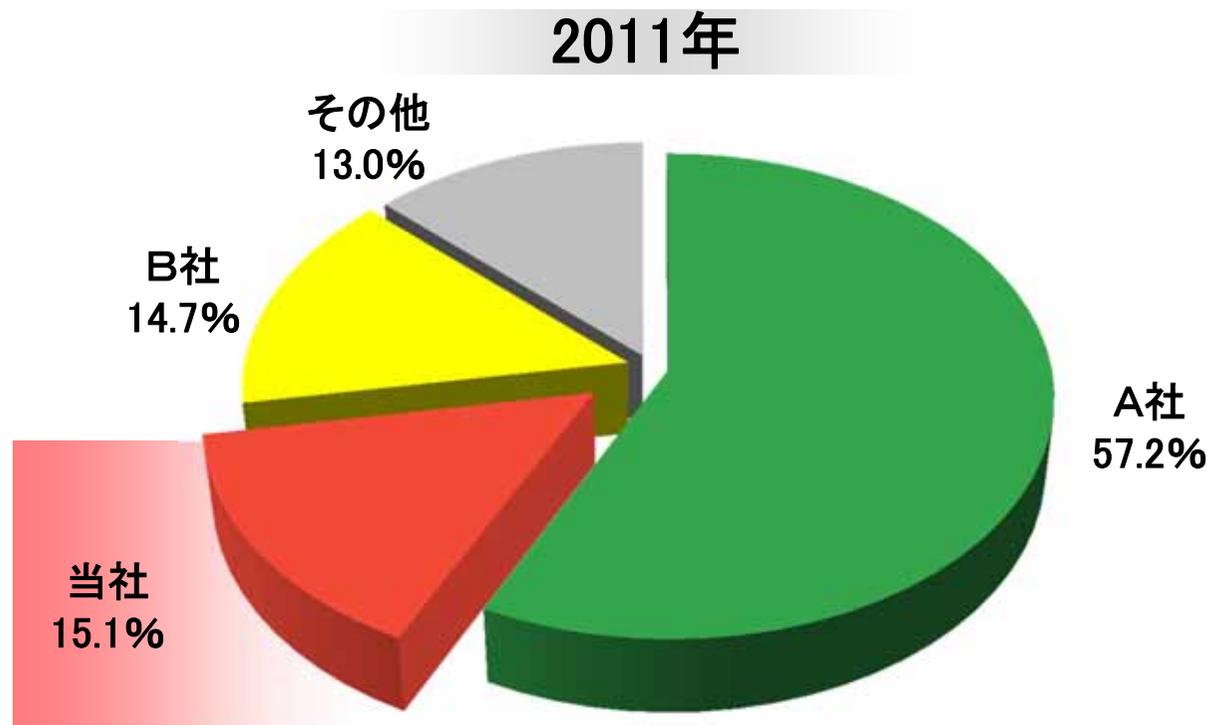
オムシート

4. ① 業界における当社の位置づけ

【ご参考資料1】:会社概要



■ マヨネーズ・ドレッシング類業界のシェア



マヨネーズ・ドレッシング類の合計生産量は、シェア2位を継続

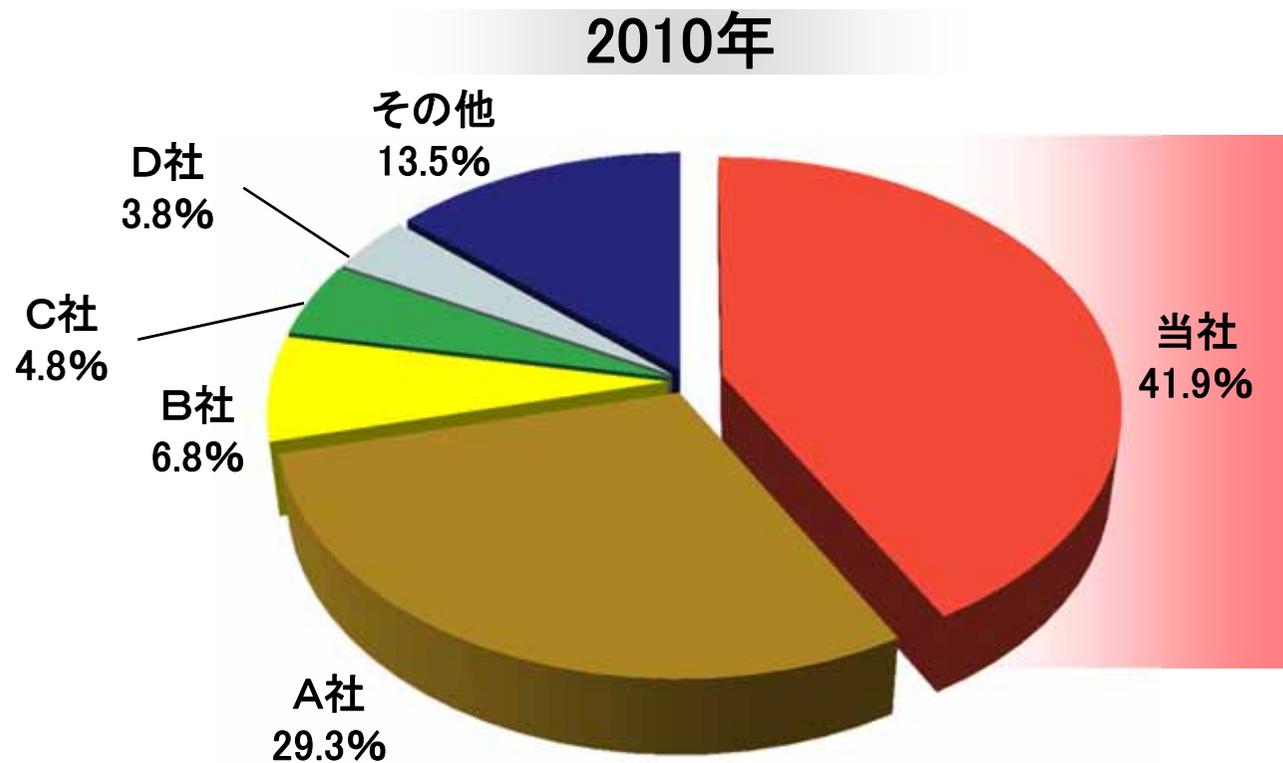
出所: 日刊経済通信社「酒類食品統計月報」データより当社作成

4. ② 業界における当社の位置づけ

【ご参考資料1】: 会社概要



■ ロングライフサラダのシェア



ロングライフサラダでは業界のパイオニアであり、トップシェアを堅持

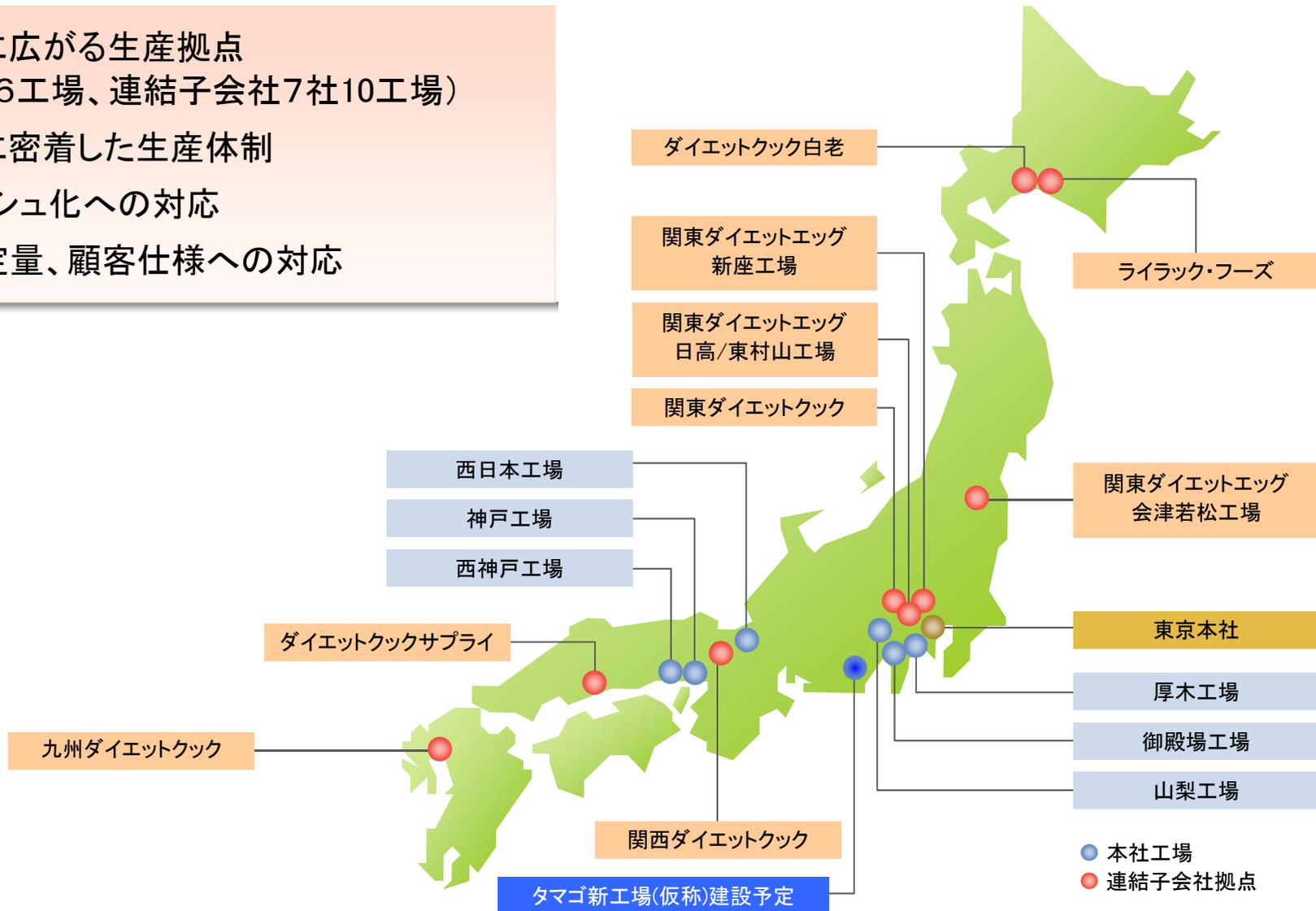
出所: 富士経済「食品マーケティング便覧」データより当社作成

5. 顧客ニーズへの対応のための生産拠点

【ご参考資料1】: 会社概要



- 全国に広がる生産拠点
(本社6工場、連結子会社7社10工場)
- 地域に密着した生産体制
- フレッシュ化への対応
- 変種定量、顧客仕様への対応



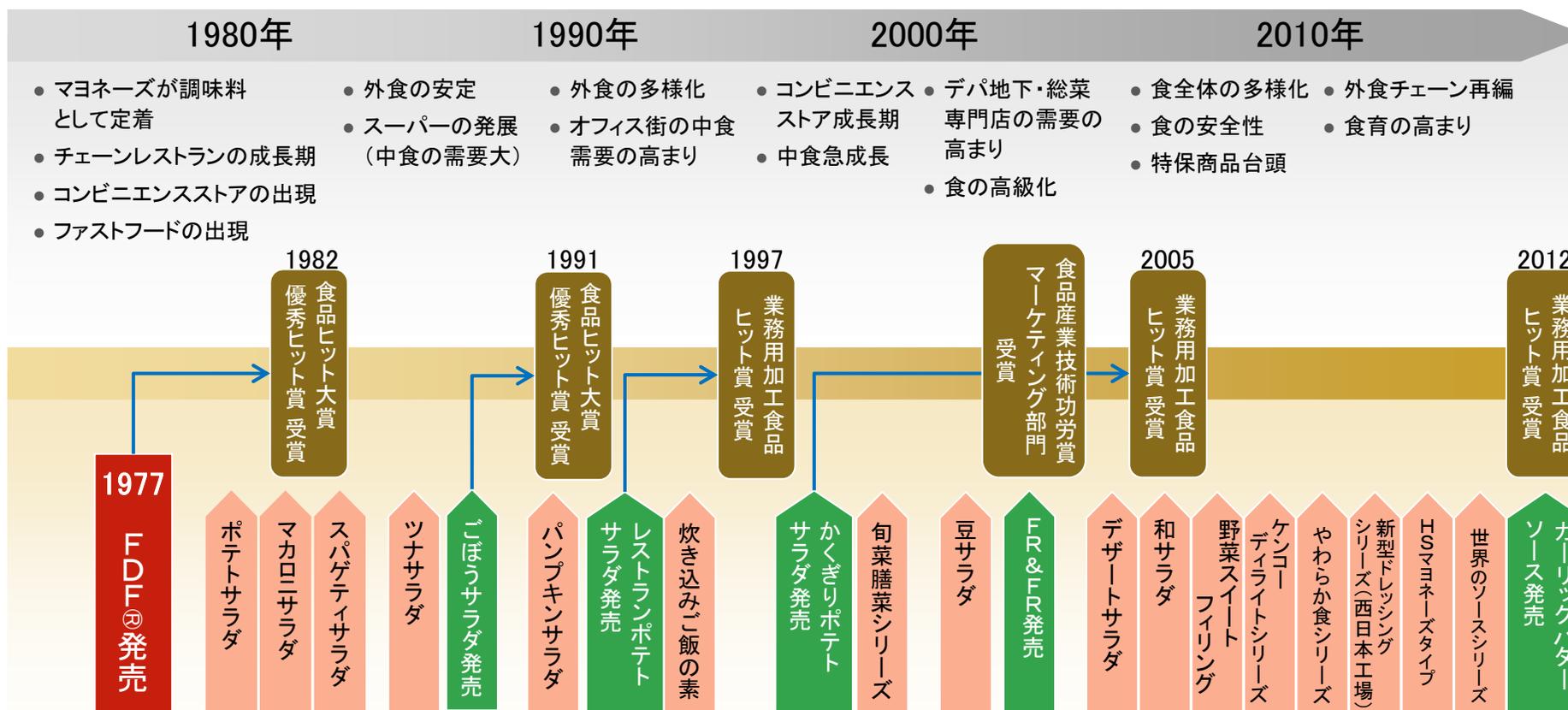
6. 当社の強み 顧客ニーズを満たす優れた商品開発力



【ご参考資料1】: 会社概要

高付加価値製品の開発

- サラダのパイオニアとして顧客のニーズを先取りした製品を創出
- 地域との取り組みを重視した製品づくり
- 健康、環境を考慮した製品の開発



7. 当社の強み 顧客ニーズを満たすキメ細かな対応力



【ご参考資料1】: 会社概要

素材へのこだわり

- シーズンに合った素材を調達し、その季節に合った調理法を提案
- 顧客ニーズに合わせた加工製品を製造

シーズンに合った美味しいジャガイモを調達
(年間ポテトリレーの提案)

- 11月～1月 きたあかり
- 2月～10月 さやか
又は
男爵等



生産者履歴を管理



顧客のニーズに合わせて保存期間の違う3つのタイプのサラダを製造

- ① ロングライフサラダ
- ② フレッシュ&フレッシュ
- ③ フレッシュサラダ



8. 当社の強み 幅広い商品群

【ご参考資料1】:会社概要



ドレッシング類

ソース類

タマゴ加工品

和惣菜

冷凍商品等

マヨネーズ類

FDF®(ファッションデリカフーズ®)
FR&FR®(フレッシュ&フレッシュ)

9. 当社の強み 分野別の主要顧客

【ご参考資料1】:会社概要



外 食：ファストフード(ハンバーガー・ピザ・チキン・仕出し・持ち帰り弁当、回転寿司・牛丼・定食、他)、ファミリーレストラン、焼肉レストラン、居酒屋、コーヒーショップ、他

量販店：スーパーマーケット(全国チェーン・地方チェーン)

C V S：コンビニエンスストア

パ ン：製パンメーカー、リテールベーカリー

給 食：事業所・病院等へのコントラクトフードサービス、学校給食

その他：生協、業務用食材スーパー、他

【ご参考資料2】:

「中期経営計画Ⅳ(フォーエス)2012-2014」 市場演出型成長戦略の展開



◇ 市場演出型企業としての存在感をアップさせる

1. **Salad Cafe** ブランドの推進・浸透(前記参照)
2. サラダ料理・世界のソース
情報発信 市場演出
3. 事業領域の拡大
4. グローバル企業への展開
5. 人材の育成



◇「市場演出型企業」とは

「業務用メーカー」から「市場演出型企業」へと
市場での存在感をアップさせる

従来は、

- 縁の下の力持ちという存在で、豊かで華やかな食生活を黒子として演出
- ロングライフサラダのパイオニアとして、ゴボウサラダ、パンプキンサラダ等の新しいサラダを開発し、日本のサラダ市場を創造

今後は、

- 業務用メーカーとして育み積み上げた実績とノウハウを活用し、様々な食スタイル・食シーンをさらに演出し、「サラダ料理」を確立する
- 売り場を市場として演出できるサラダショップ「サラダカフェ」を活用し、積極的な提案を進める



2. サラダ料理・世界のソースを情報発信

- ★ サラダ料理を確立し、サラダ文化を提案
- ★ 世界各地の特徴ある「世界のソース」を商品作りに生かし、サラダ料理とあわせて世界に向けて情報発信

市場演出型企業の実践



◇「サラダ料理」とは

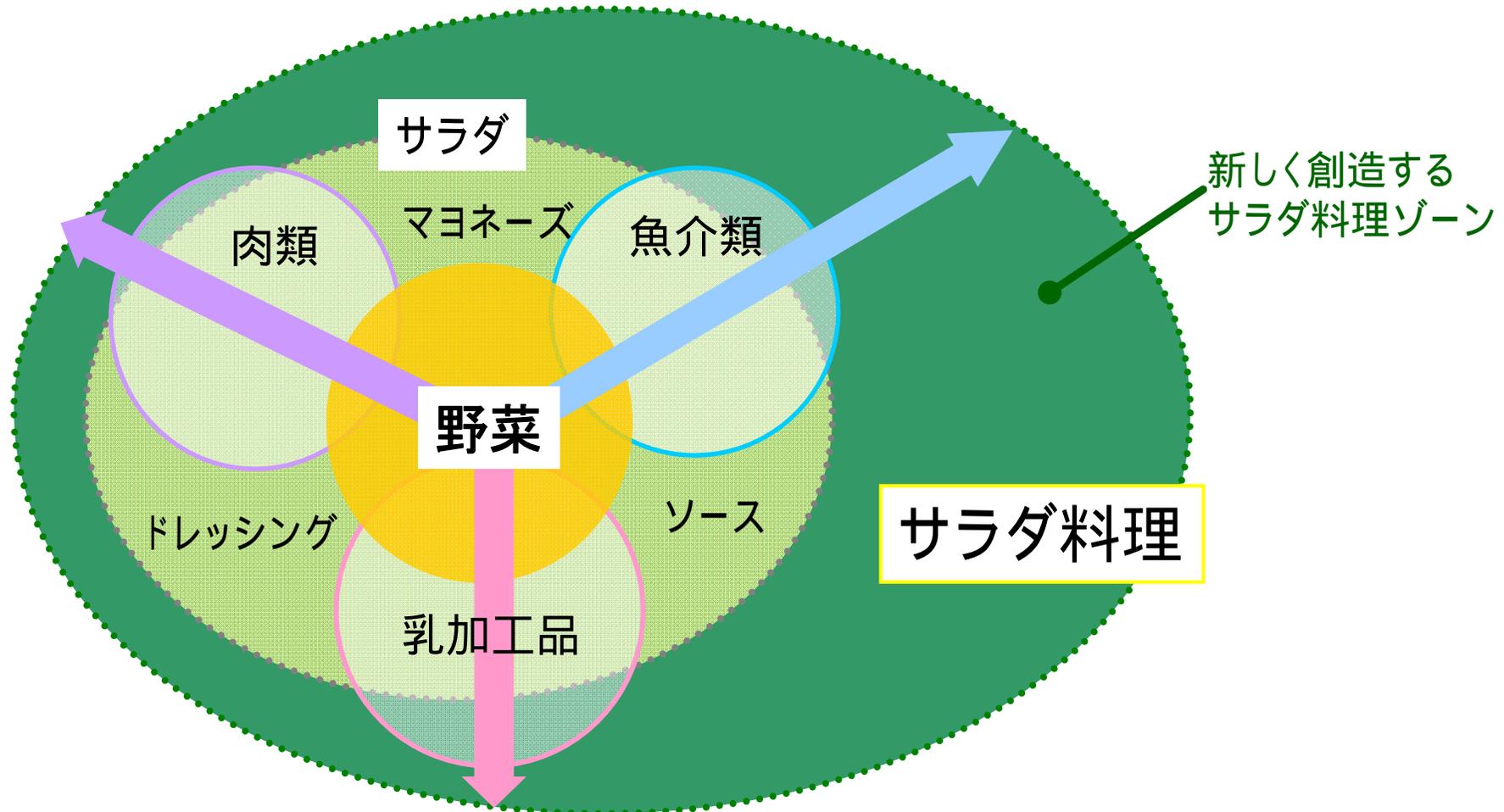
- ◆「サラダ料理」とは、野菜＋あらゆる食材(肉類・魚介類・乳加工品)＋あらゆるソースとの調和を図り、進化発展させた主菜サラダ
- ◆「サラダ料理」を確立し、「サラダが主役」、「サラダが主食」、「サラダが食卓の王様」を掲げて、サラダNo. 1企業を目指す

「中期経営計画 (フォース)2012-2014」 サラダ料理の定義



【ご参考資料2】: 中期経営計画Ⅳ(フォース) 2012-2014

- ◆ 野菜+あらゆる食材(肉類・魚介類・乳加工品)+あらゆるソースとの調和を図り、進化発展させた主菜サラダ





3. 事業領域の拡大

- ◆ タマゴ及びポテトは産地の育成から製品まで事業領域を拡大
- ◆ マヨネーズ・ドレッシング ソース領域へ拡大
- ◆ サラダ・総菜 サラダ料理へ拡大
- ◆ ケンコーサラダワールドの展開



4. グローバル企業への展開

- ◆ 原料調達、生産、販売、各分野の
ボーダーレス化
- ◆ サラダ料理及びソースをグローバルな視点で
捉え、ケンコーサラダワールドを展開する
- ◆ 中国に続き東南アジアへの事業展開、
さらに輸出の拡大、海外産原料の可能性を追求



5. 人材の育成

- ◆ 市場演出型成長戦略を推進する人材の育成
- ◆ グローバルな視点で行動できる人材の育成
- ◆ 上記人材育成のための組織・体制の整備

【ご参考資料3】:原料相場の動向

1. 原料相場の動向「食用油」

【ご参考資料3】:原料相場



- 2012年度上期の原料大豆相場は14ドルから始まり6月の13.4ドルが下値となった。北米の天候懸念で8月末には史上最高値の17.7ドルをつけたが9月にはハーベストプレッシャーから15.5ドルまで急落した。過去の相場との比較では依然として高値圏での推移。
- 11月には北米の生産量見通しが上方修正され直近では14ドル近辺まで急落。供給面では今後の南米の気候変動に要注意で、天候異変となれば再度相場上昇の要因になり得る。
- 需要面では大豆の最大輸入国となった中国の買い付けは依然として旺盛ではあるが、欧州の債務危機や米国の財政の崖問題、中国など新興国の景気減速など不透明な材料があふれており下期の相場の動きは当面は限定的かも知れない。

1. 原料相場の動向「食用油」 シカゴ大豆相場の推移

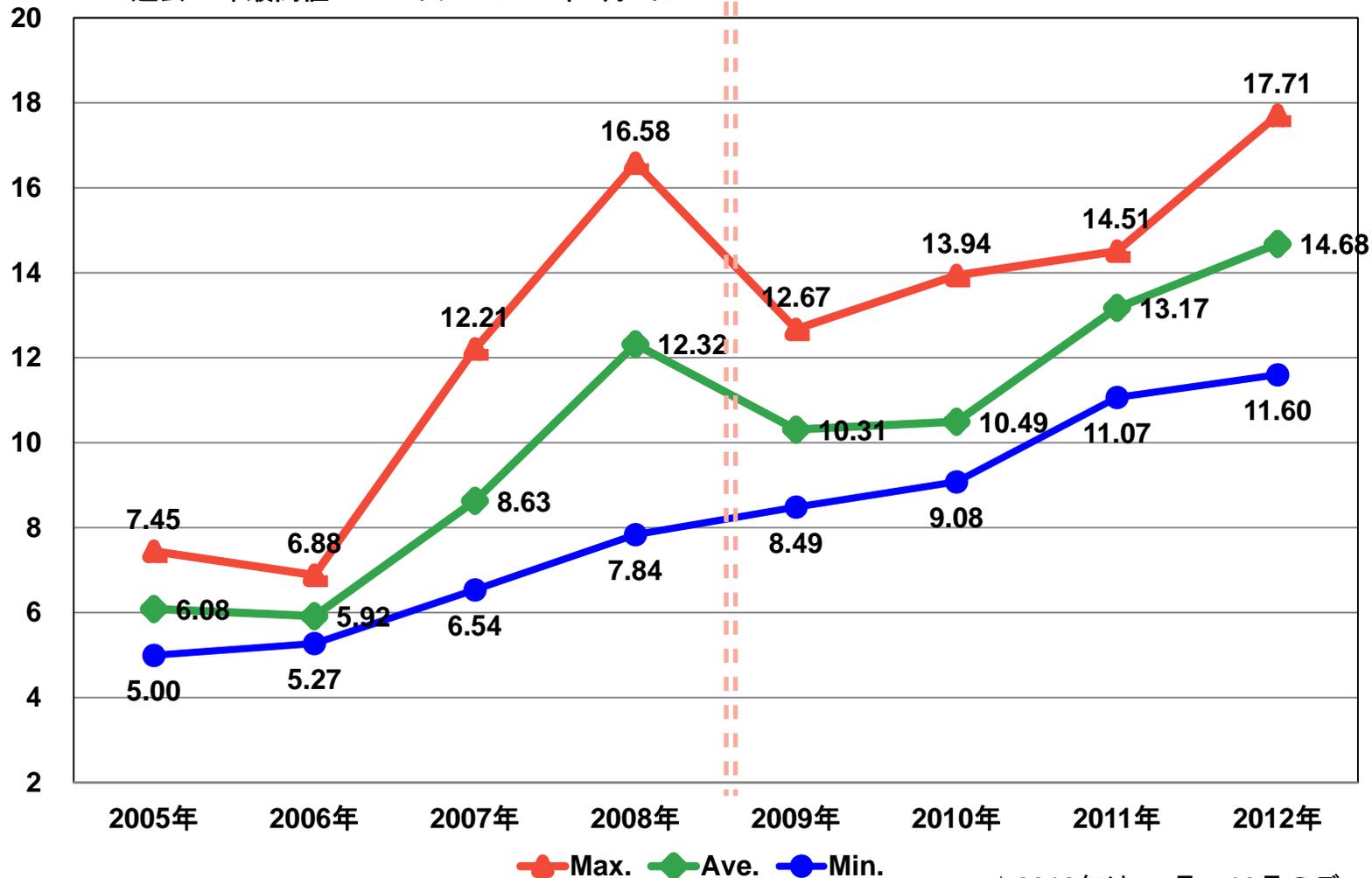
【ご参考資料3】:原料相場



リーマン・ショック

単位:ドル/ブツ

過去10年最高値 17.71ドル 2012年9月4日



☆2012年は、1月～10月のデータである

2. 原料相場の動向「鶏卵」

【ご参考資料3】:原料相場



- **2012年度上期は鶏卵生産量の回復、海外輸入卵の継続使用、猛暑による家庭用消費の低迷等により鶏卵相場は低迷した。2012年度上期の平均価格は対前年14%ダウンの167円/kgで推移した。**
- **2012年度下期は、2012年前半の鶏卵相場低迷を受け、餌付け羽数が対前年97%と低調となっている。鶏卵生産コストの6割を占める配合飼料の高騰、消費の回復等により鶏卵需給がタイトとなる可能性があり予断を許さない状況である。**

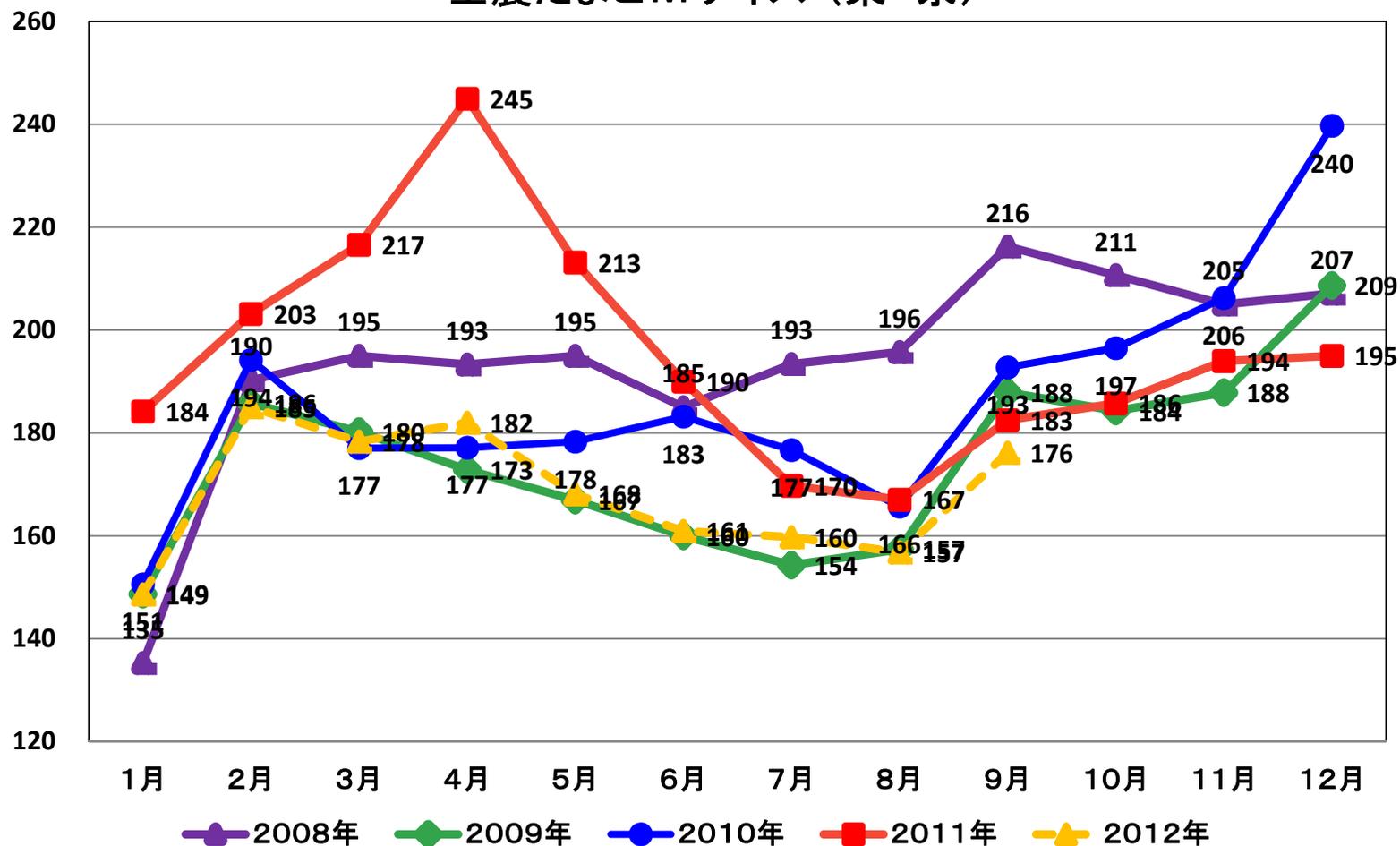
2. 原料相場の動向「鶏卵」取引価格の推移

【ご参考資料3】:原料相場



単位:円/kg

全農たまごMサイズ(東京)



☆2012年は、1月～9月のデータである

3. 原料相場の動向「馬鈴薯」 主力産地：北海道における状況

【ご参考資料3】：原料相場



- **2011年の作付面積は、前年比97.8%であったが、生産量は、前年比10%増の967千トンとなり、作付面積の減少を反収増でカバーした。(過去5年間の平均生産量対比では96.8%)**
- **2012年の作付け面積は前年並みに留まったが、10月1日現在の生産量は前年比104.6%となっており、反収増となる予想である。**

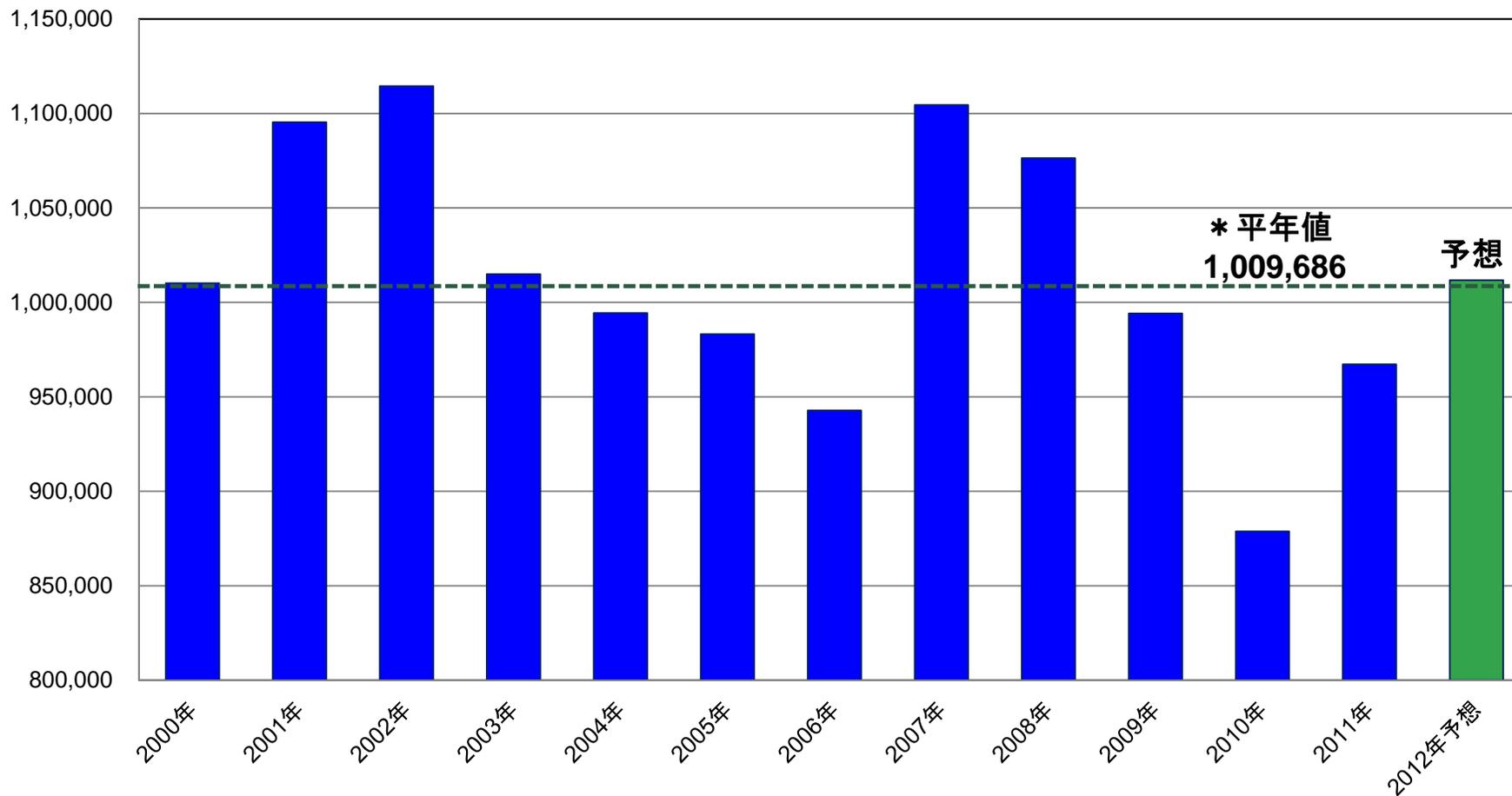
3. 原料相場の動向「馬鈴薯」 生産量の推移

【ご参考資料3】:原料相場



単位:トン

ホクレン(北海道)



* 平年値:過去10年間での最大値・最小値を除く平均値

【ご参考資料4】: 主な指標の推移

1. 業績の推移

①【連結】主な経営指標の推移

【ご参考資料4】

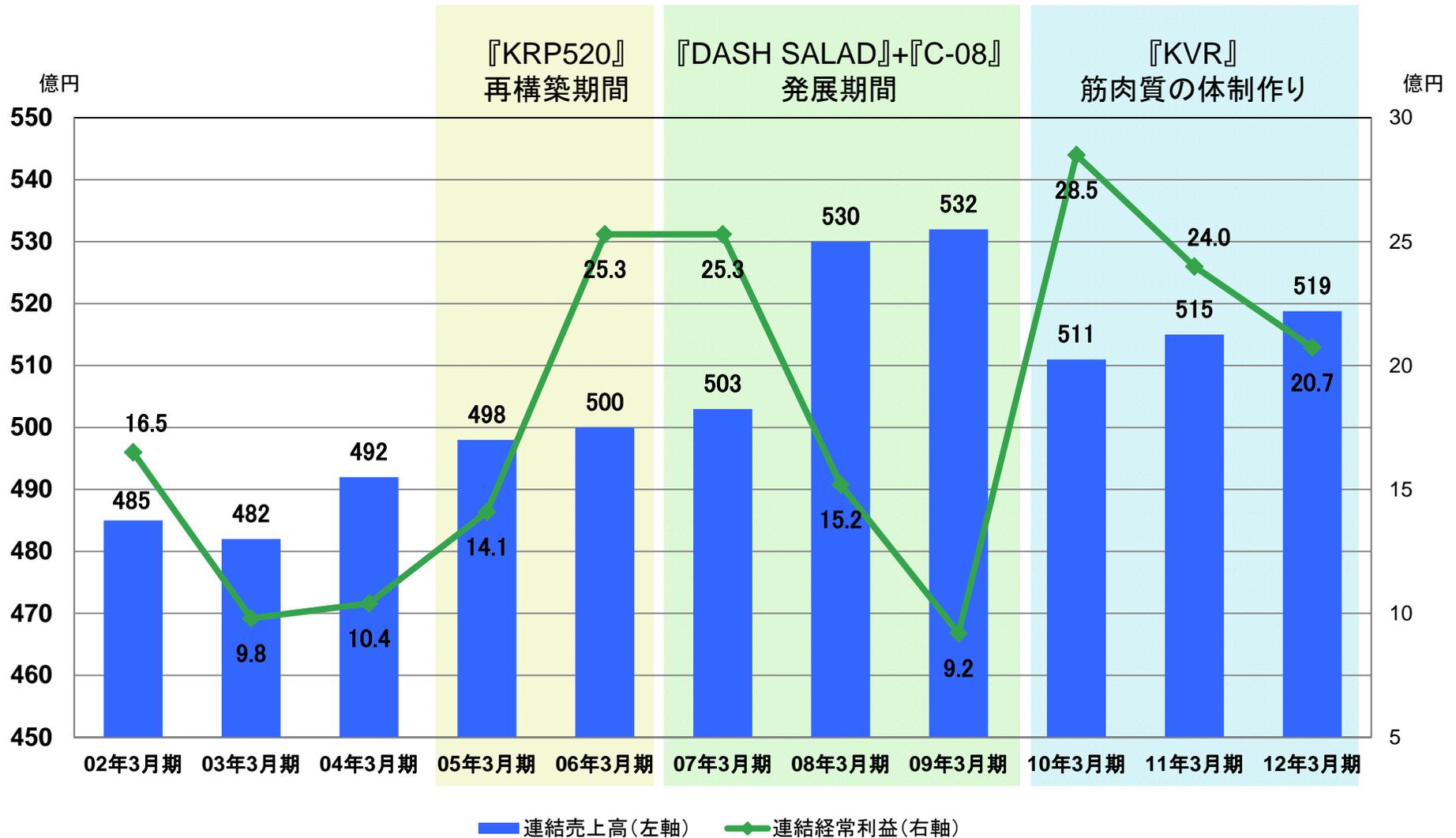


単位: 億円	2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期
売上高	503	530	531	511	506	518
営業利益	26	16	9	29	27	21
経常利益	25	15	9	28	26	20
当期純利益	17	7	3	14	13	10
1株当たり当期純利益 (円)	152.76	58.02	23.36	112.27	103.47	72.46
純資産	81	96	95	109	127	134
総資産	286	296	295	297	307	304
自己資本比率(%)	28.1	32.3	32.4	36.7	41.3	44.4
自己資本当期純利益率 (ROE) (%)	23.5	8.0	3.1	14.1	11.2	7.9
総資産経常利益率 (ROA) (%)	8.8	5.2	3.1	9.6	8.9	6.8

1. 業績の推移

②【連結】売上高・経常利益

【ご参考資料4】



2. 株主還元

① 配当と株主優待品

【ご参考資料4】



配当政策

連結ベースでの配当性向20%を意識して、経営の継続性に配慮しつつ、当社の今後の成長と発展にあわせて、安定配当水準を高めて行く。
2013年3月期より利益還元機会の増加を目的に、中間配当を実施。

株主優待品

権利確定日：決算期末(3月末日)現在の株主さま

送付時期：毎年5月下旬～6月初旬

贈呈の基準	贈呈品
10単元(1,000株)以上の保有の株主さま一律	当社商品 2,500円相当
1単元(100株)以上10単元(1,000株)未満保有の株主さま一律	当社商品 1,000円相当

2. 株主還元

② 配当金・配当性向の推移

【ご参考資料4】



	2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期
配当金（円 / 株）	10	11	11	15	20 ^{※(3)}	20 ^{※(4)}
配当性向（％）	6.5	19.0	47.1	13.4	19.3	27.6
配当利回り（％） （ご参考）（1）	0.9	2.6	3.0	2.5	3.6	3.2
純資産(株主資本)配当率(％) (DOE) ※(2)	1.5	1.5	1.5	1.9	2.3	2.2

(1) 配当利回り＝1株あたりの配当金(合計) / 各年3月末日時点株価(終値) × 100

(2) 純資産(株主資本)配当率 = 1株あたり配当金(合計) / ((期首 + 期末 1株あたり連結純資産) ÷ 2) × 100

※(3) 東京証券取引所市場第二部上場記念配当 5円を含む

※(4) 東京証券取引所市場第一部指定記念配当 5円を含む

◇お知らせ「レシピ集発売」

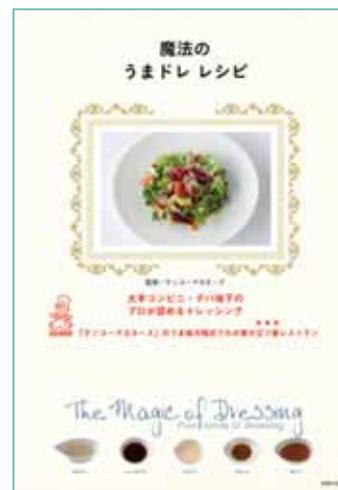
【ご参考資料4】



当社が蓄積したマヨネーズ、ドレッシング、ソース、そしてサラダに関するノウハウを、レシピ集として発売いたしました。

レシピ集は全国の大手書店でお買い求めいただけます。

1. 「Salad Cafe のとっておきサラダレシピ」 東京書店(2012年3月30日発行)
2. 「魔法のうまドレ レシピ」 主婦の友社(2012年5月31日発行)
3. 「Salad Cafe のごちそう! 温野菜サラダ」 東京書店(2012年11月25日発行)



◇お問い合わせ



- ・ IRお問い合わせ先

- 東京本社 : 東京都杉並区高井戸東3丁目8番13号
- 担当者 : 執行役員 経営企画本部長 渡辺 亮彦
- 電話 : 03-5962-7787
- E-mail : ir@kenkomayo.co.jp

- 将来見通しに関する注意事項

本資料は投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述は、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

また、業績等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成していますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、皆様ご自身の判断と責任においてご利用されることを前提に提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。